UCL - Fopes Bruxelles 07
Cours 2181

METHODES ET TECHNIQUES DE TRAITEMENT DE DONNEES

Travail d'observation directe et en étude de cas

Etudiantes :
Martine Van Belleghem
Ina Tabu
Sara Pochet

Titulaire :
Luc Albarello

24/10/2010

Introduction

Dans le cadre du cours de Méthodes et techniques de traitement des données, qui s'est déroulé en deux journées fin 2009 à LLN, notre choix s'est porté sur le module relatif aux données récoltées par observation directe et en étude de cas (« case studies »).

Ce fut l'occasion pour nous de confronter nos connaissances et attentes pour la récoltes et le traitement des données utiles à la réalisation de notre mémoire de fin de cursus.

Pour l'illustration du travail final de ce cours, nous avons opté pour l'étude d'un site unique. Il a fallu ensuite établir les données utiles à sa réalisation, déterminer les modalités de recueil de celles-ci et, enfin, réaliser la synthèse qui permettrait, éventuellement, de vérifier l'objectif de notre recherche.

Ce travail est avant tout l'ébauche d'une étude plus conséquente, il visait surtout à nous familiariser avec des techniques et méthodes spécifiques de gestion de données.

Bonne lecture à vous !

A. Présentation du cas étudié

1. Nature de la situation observée

Un événement : *ouverture d'une nouvelle boulangerie le 1er août 2009 à Auderghem*. Cette boulangerie existait depuis 70 ans, mais l'ancien boulanger a désiré cesser ses activités.

2. Cas choisi par rapport à l'hypothèse

Il s'agit d'une étude intra site (un seul site étudié).
Hypothèse : le maintien des petits commerces de quartier est un moyen d'éviter des ruptures sociales trop grandes et participe à la lutte contre l'isolement urbain. Les petits commerces sont créateurs de lien social de part leurs fonctions d'échanges relationnels et de proximité de services.
Etude du cas : impact d'une boulangerie sur le lien social entre les habitants du quartier (reprise d'un petit commerce).

3. Limite temporelle et spatiale

Observations et enquêtes auprès des boulangers et des habitants des rues limitrophes trois mois après la reprise de la boulangerie (ouverture en août 2009, observation en novembre 2009).

4. Description du cas

- **Historique de la situation**

D'un côté le boulanger qui désire remettre son affaire, de l'autre un couple et leur fils qui ont l'intention de s'investir familialement dans la reprise d'une boulangerie.

Situation de couple : c'est un vieux rêve du mari, fils de boulanger lui-même qui, connaissant l'extrême difficulté de ce métier a toujours reporté son investissement personnel dans cette voie. La mère mais aussi le fils sont prêts à s'investir pour concrétiser ce rêve. Les deux hommes entament des études donnant accès à la profession, l'épouse quitte son emploi d'assistante médicale pour devenir vendeuse afin de les soutenir dans l'aventure.

- **Contexte**

Les petits commerces disparaissent un à un dans le quartier : ils étaient 48 il y a quelques années, il en reste 9 aujourd'hui, sans compter la boulangerie.
Quelques grandes surfaces se sont installées dans un quartier annexe et ont découragé l'installation de petits commerçants.
L'ancienne boulangerie fonctionnait bien, mais son propriétaire souhaitait cesser l'activité.
Notre trio de nouveaux propriétaires, passionnés par leur métier, changent radicalement tout au niveau de la confection des produits (tout est fait main) et des fournisseurs (choix de nouveaux produits).
Ils vont tenter de garder l'ancienne clientèle et de l'élargir.
La motivation et les exigences du nouveau patron qui adore son métier et les bons produits semblent plaire.
Passion et communication sont les leitmotivs de la nouvelle équipe.
Ils ont par exemple l'intention de créer des contacts avec les enfants dans les écoles afin de les initier au plaisir du pain et, dès à présents, ils multiplient les moments de dégustations et de rencontres avec leurs nouveaux voisins et clients.

- **Chronologie**

Ouverture en août 2009 après les congés annuels du boulanger précédent, avec annonce de la reprise par de nouveaux propriétaires.
Observation de l'état de la situation en novembre 2009

- **Rendu des activités**

Vente de produits classiques mais aussi originaux, produits chaque jour, réalisés artisanalement : pain blanc, platine et galette, pain blanc meunier, pain campagnard, pain demi-gris, intégral, spécial maya, pain spécial bosens (malt et seigle), au levain et noix, au levain et seigle, au levain, noix et noisettes, tourte au levain, baguette tradition française (2e endroit à Bruxelles : au levain, sans acide ascorbique, façonnée à la main et cuisson à l'œil).

Le boulanger adapte aussi ses préparations aux demandes des clients.
Des dégustations sont organisées, notamment lors de l'ouverture où un événement « fête pour l'ouverture » est organisé dans la rue pour un premier contact avec le quartier.
Par ailleurs, l'organisation de fêtes est prévue en association avec la commune et les autres commerçants avoisinants.
Enfin, une petite association de commerçants en berne est à redynamiser et fera l'objet d'un intérêt des nouveaux propriétaires une fois que l'activité sera lancée suffisamment pour dégager un peu de temps.

5. Sources d'information

- **Interviews**
  - Personne-ressource : femme du boulanger
  - Acteurs centraux : habitants du quartier
- **Observations directes**
  - Présence sur le terrain, visites dans la boulangerie : observation des clients et des habitants du quartier
  - Photos de la boulangerie et des rues avoisinantes
- **Documents**
  - site internet de la commune d'Auderghem et des initiatives de quartier
  - site internet de l'Adeps de la commune
  - site internet « Que Faire ? » indiquant une série d'événements culturels, sportifs et sociaux liés à la commune

6. Rappel de l'hypothèse

Le maintien d'un petit commerce (une boulangerie en l'occurrence) a un impact sur le lien social dans un quartier urbain.

B. Synthèse des observations réalisées

1. Listing des faits de récoltes

- Un premier contact a été pris avec la femme du boulanger afin de lui exposer notre travail et d'obtenir son adhésion à notre observation.
- Une première rencontre à quatre a été organisée afin de réaliser une **interview** de la femme du boulanger (pour des raisons d'horaires il nous sera impossible de rencontrer les boulangers) et lui exposer les démarches suivantes de notre étude.
- Une deuxième rencontre pour les prises de **photos** et **l'observation directe des clients** dans la boulangerie a été effectuée.
- Un troisième rendez-vous a été organisé pour l'**enquête** à l'aide de questionnaires auprès des habitants du quartier et **l'observation directe dans le quartier** (habitants, habitats, autres commerces).
- Une dernière rencontre entre les étudiants s'est effectuée pour analyser à travers les **sites internet** les démarches de la commune et des associations de quartier d'Auderghem dans leur soutien du lien social.

2. Ce que l'interview de la femme du boulanger nous révèle

- Depuis l'ouverture, la clientèle s'est maintenue et a même augmenté. Type de clients : des familles, beaucoup de personnes âgées de statut socio-économique aisé, mais aussi moins aisé venant d'une cité sociale toute proche. Egalement les enfants d'une école à proximité. Cette mixité sociale convient bien aux boulangers.
- La gamme de produits a changé et s'est étendue. Les boulangers offrent de l'artisanal, du frais, des produits maison. Passion et communication font partie de leurs objectifs. Leur chiffre d'affaire a augmenté de 20% en trois mois (comparaison ancien rendement de la boulangerie). Quelques clients sont partis (dixit l'ancienne vendeuse qui continue à travailler pour les nouveaux propriétaires) et beaucoup de nouveaux sont apparus.
- Les boulangers sont très motivés et engagés familialement, ils ont toujours eu une culture d'entreprise dans leurs démarches professionnelles, la femme du boulanger a pratiqué auparavant un métier médico-social. Ils sont sensibles à l'accueil et conscients du rôle social que peut jouer un petit commerce, ils ont envie de soutenir cette démarche de créateur de lien social.
- Ils entendent dans leur conversation avec leurs clients que ceux-ci sont soulagés de la reprise de la boulangerie à cause de la proximité, des produits, de leur dynamique.
- Une autre boulangerie se situe a ¼ d'heure à pied, ils ne la considèrent pas comme une concurrente, ils estiment que les grandes surfaces ne remplissent pas la même fonction et n'atteint pas, pour une grande part, la même clientèle.
- L'association de quartier est un peu en berne, mais quand ils seront mieux installés dans leur routine ils comptent bien la redynamiser. Ils estiment aussi qu'ils pourront s'associer avec d'autres « institutions » de la commune (le centre culturel n'est pas loin, les écoles, les autres commerçants) pour créer des activités autour du pain.

3. Synthèse de l'enquête auprès des habitants

15 questionnaires ont été recueillis, 8 questions ont été posées
La difficulté résidait dans la recherche de questions qui permettraient de cibler le caractère présent ou non de lien social au sein d'une boulangerie, sans que cela n'apparaisse dans les questions, afin que les interviewés ne soient pas mal à l'aise (aspect déontologique de la démarche : pas d'intrusion, confidentialité, neutralité par rapport à l'ancien boulanger,…).

Les questions :

- Combien de fois par semaine vous rendez-vous à la boulangerie ?
- Pour quelle raison choisissez-vous la boulangerie ?
- Fréquentez-vous plus souvent la boulangerie depuis sa reprise par un nouveau gérant et quelles différences notez-vous ?
- Que trouvez-vous de spécifique et d'avantageux à ce type de boulangerie par rapport aux grandes surfaces ?
- Vous procurez-vous les mêmes produits dans un autre commerce pendant la semaine ?
- Si oui, pour quelles raisons vous fournissez-vous dans un autre commerce (avantages et inconvénients) ?
- Quel serait votre comportement d'achat si la boulangerie disparaissait ?
- Quel serait votre argument pour défendre le maintien de la boulangerie ?

NB : cette enquête sert à notre expérimentation méthodologique, elle ne peut être considérée comme représentative de l'ensemble des habitants du quartier.

8 items d'analyse ont été dégagés – occurrences entre parenthèses
Remarque : lorsque l'occurrence est égale à 1, seul l'item a été indiqué, sans occurrence entre parenthèses.

- Fréquentations/semaine : une fois (6), deux fois (3), trois fois (5), cinq fois (1).
- Motif du choix : qualité (6), fraîcheur (4), goût (3), accueil (2), variété (2), temps, artisanat, proximité, service, amitié, soutien, convivialité, respect du produit.
- Différence avec ancien boulanger : pas (8), plus de produits (2), qualité et variété des produits (2), conservation pain (1), accueil (2), service personnalisé (1), conseils (1).
- Spécificité/grande surface : Proximité (4), qualité (4), variété (3), artisanat (2), accueil (2), origine des produits (3), informations, échanges, horaire, fraîcheur, commandes, service personnalisé.
- Exclusivité boulangerie : oui (3), non (10), parfois (2).
- Avantages/inconvénients autre commerce : pas (10), lunch (1), horaire boulangerie (-) (3), jour fermeture boulangerie (-) (1).
- Substitut si pas boulangerie : autre boulangerie (9), grande surface (4), achats moins fréquents (1), ailleurs (1).
- Arguments pour boulangerie : proximité (6), qualité (6), accueil (3), variété (2), fraîcheur (2), convivialité, contacts, accessibilité, liens sociaux, horaire, soutien au petit commerce.

4. Observations directes de la clientèle :

Type de clients :
- de classe sociale aisée en général, surtout les personnes âgées
- de classe sociale plus modeste (cité sociale)
- des adolescents (collège proche), des familles, des personnes âgées

Selon les plages horaires (en raison de nos horaires de travail, ceci n'a pas été observé directement dans son ensemble, mais est complété par les dires de la boulangère) :
- personnes âgées en matinée surtout et le week-end
- Les adolescents tôt avant l'école ou après 15h surtout
- Les familles à partir de 16h surtout et le week-end

Les personnes âgées en général relancent plus la conversation et bénéficient de la disponibilité de la boulangère à des heures plus tranquilles. Le temps passé dans le commerce est donc à ces moments plus longs et les échanges plus personnels. C'est aussi le cas pour les mères avec de jeunes enfants qui sont un vecteur de communication.

Après 16h, les échanges deviennent plus courts, la boulangère mène le tout avec humour et dynamisme, ça se bouscule derrière le comptoir.

Degré de langage : le vouvoiement est de rigueur entre tous, même si la boulangère connaît certains noms et les utilise (seuls les clients qui se connaissent et se rencontrent dans la boulangerie se tutoient).

Le type de conversation va du *rapport informel* (salutations neutres et commande informelle) à la *convivialité* (ton enjoué et invitation à la dégustation) en passant par des *dialogues plus personnels* (utilisation du nom, nouvelles de la famille ou de la santé).

5. Observation directe du quartier

Il s'agit d'un mélange de maisons de type résidentiel des années 50 à 70, de maisons bourgeoises et, un peu plus, loin d'une cité sociale très calme. Le quartier est tranquille au niveau de la circulation, les rues sont larges avec de bons trottoirs et des espaces verts côtoient la boulangerie. Les gens du quartier sont ceux décrits pour la boulangerie.

Voir photos en annexe 2.

C. Présentations de matrices

Par la création de matrices nous avons tenté de présenter une série d'informations recueillies pour notre étude de cas afin de mieux les visualiser, les ordonner et en permettre une analyse facilitée. Le choix des matrices s'est opéré par rapport au « matériel » dont nous disposions et selon l'orientation de nos questions et de nos analyses, en nous servant de la théorie présentée au cours.

Le but de l'exercice consiste à nous familiariser avec l'exploitation de données et nous sensibiliser aux diverses étapes importantes et nécessaires pour parvenir à des analyses plausibles, novatrices et pertinentes dans nos recherches ultérieures.

Cependant, cet exercice comporte les limites d'une récolte de données réduite et de la difficulté inhérente à l'étude de cas, c'est-à- dire le choix de méthodes les plus adaptées au cas et à l'objet de l'étude. Aussi, le lecteur découvrira parmi les matrices présentées, des tableaux et schémas de notre inspiration, sans données intégrées issues des enquêtes. En effet, en raison de données réduites, il ne nous a pas été possible d'établir certaines matrices, pourtant utiles à la poursuite de notre recherche. Nous avons donc dû faire appel à notre imagination et proposer des matrices pour lesquelles aucune donnée n'a été récoltée. A cet égard, nous avons fait le constat que de nouvelles questions pourraient être ajoutée au questionnaire initial.

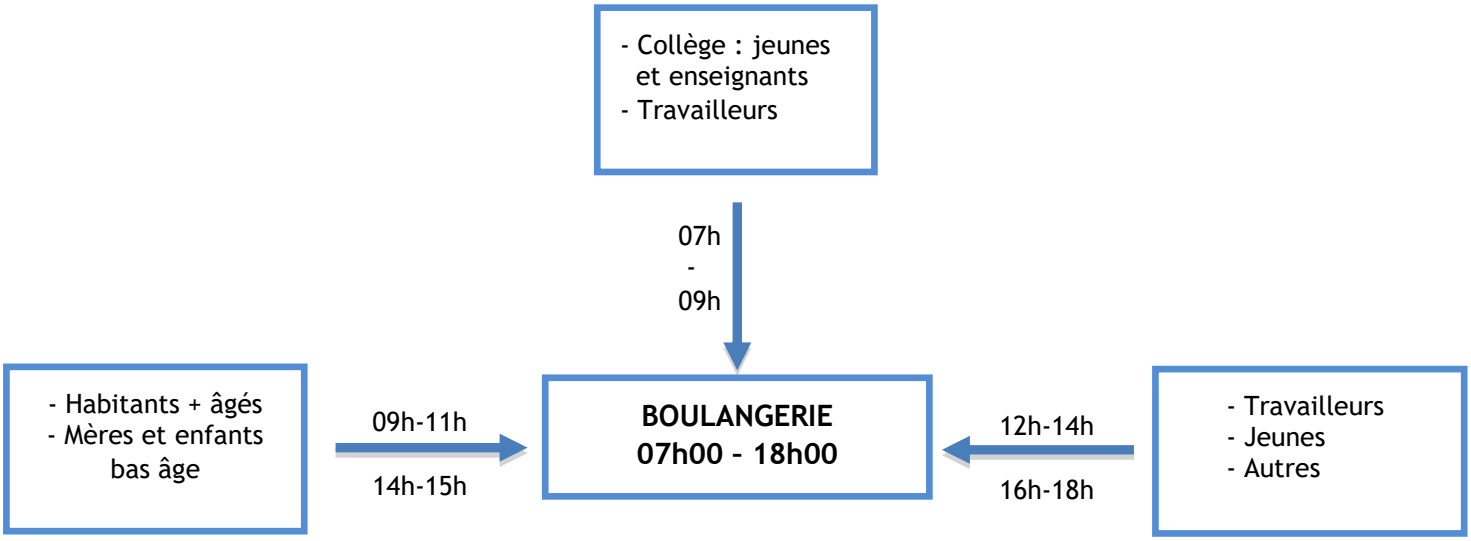
Enfin, il nous faut également indiquer clairement que l'enquête réalisée en vue de son exploitation n'est pas représentative de la clientèle et des habitants du quartier. Les matrices sont présentées à titre d'exemple et les résultats d'analyse ne sont pas exploitables.

Rappel de l'hypothèse : *Le maintien d'un petit commerce (une boulangerie en l'occurrence) a un impact sur le lien social dans un quartier urbain.*

1. Schéma descriptif de la **fréquentation** de la boulangerie

Ce schéma présente le type de clients décrits par la boulangère (interview) et l'observation directe effectuée à la boulangerie.

Le schéma permettrait de visualiser rapidement le type de clientèle, leurs heures de fréquentation. Qui fréquente, qui se rencontre ?



2. Tableau à trois variables. **Fréquentation** de la boulangerie selon l'**âge** et le **sexe**.

Permet d'évaluer :

→ Le type de population selon l'âge qui fréquente la boulangerie du quartier
→ Le nombre de fréquentations
→ S'il s'agit d'un lieu de rencontre régulier et pour qui ?
→ Ce tableau pourrait permettre de faire des regroupements par catégorie : qui fréquente le plus par âge, par sexe.

Age	Fréquentation femmes/semaine	Fréquentation hommes/semaine
27 ans	**4**	*
30	1	*
38	*	3
42	*	*
55	1	*
56	2	*
58	1	2
59	1	2
62	3	*
66	2	3
67	*	**5**
69	*	1
70	3	*

* : pas d'information obtenue via le questionnaire pour cette catégorie.

3. Tableau du relevé des **motivations de fréquentation** de la boulangerie.

Motivation choix achat en boulangerie	Nombre (N = 15)
Qualité	6
Fraîcheur	4
Goût	3
Accueil	2
Variété	2
Amitié	1
Artisanat	1
Convivialité	1
Proximité	1
Respect du produit	1
Service rendu	1
Soutien	1
Temps	1

En condensant les réponses à la question « Pour quelle raison choisissez-vous la boulangerie ? », ce type de relevé permet d'établir de manière quantitative les critères déterminés spontanément par les habitants du quartier lorsqu'ils doivent définir les qualités de la boulangerie. Il aide à dégager les termes les plus importants et les plus significatifs repris par la population et à se baser sur un comptage révélateur.

Il permet aussi, par rapport à ce cas, d'évaluer quantitativement tous les termes se rapportant au lien social (*en italique*) et de les comparer au « poids » des autres.

4. Répertoire des **termes** utilisés par les habitants pour qualifier les avantages d'une boulangerie dans le quartier et **leurs prédominances**.

→ termes relevés à partir du questionnaire utilisé auprès des habitants du quartier (questions 2, 4, et 8 – voir annexe 1)
→ permet de mettre en évidence les termes évocateurs du concept de lien social éventuellement décrit par les habitants.

Termes utilisés	Occurrence
Proximité (6)	
Qualité des produits (6)	
Qualité du service (4)	
Accueil (3)	
Variétés (3)	
Artisanal (2)	
Commandes possibles (1)	
Contacts privilégiés (1)	
Convivialité (1)	
Gain de temps (1)	
Information sur les produits (1)	
Jours d'ouverture (1)	
Liens sociaux (1)	
Pratique (1)	
Spécificités des produits (1)	

5. Relations à deux variables : comparaison des **avantages** de la **boulangerie** et d'une **grande surface**

Boulangerie	Grande surface
Proximité	Accessibilité
Service personnel convivial et informatif	Fermé le dimanche
Produits spécifiques et spécialités	Etalage du choix et liberté de service
Qualité et fraicheur	Achat du pain le même jour que les courses hebdomadaires

Ce tableau permet de faire émerger rapidement les intérêts des habitants pour la boulangerie et en contrepartie, ce que celle-ci ne peut leur offrir (raisons pour lesquelles ils choisissent la grande surface).

On peut aussi constater dans ce tableau que certains avantages de la boulangerie peuvent être reliés au concept de lien social et qu'aucun ne peut l'être pour la grande surface.

6. Perception de la boulangerie selon l'origine des clients (matrice d'effets)

Il s'agit ici d'une extrapolation de matrice, les données n'ayant pas été récoltées via le questionnaire. Celui-ci mériterait un affinement du profil des clients pour arriver à d'autres résultats.

Acteurs	Qualité produits	Accueil	Proximité	Goût	Variétés	Contacts
Habitants du quartier	+++	++	++	++	+++	+
Habitants autre commune	+++	+++	-	+++	++	++
Commune	…					
Ecole						
Home						

Ce tableau mettrait en évidence les qualités (termes repris dans les questionnaires) auxquelles les catégories de personne sont les plus sensibles et quels sont les intérêts prioritaires des uns et des autres. On pourrait y déceler que les personnes du quartier sont plus sensibles à la proximité et aux contacts, les personnes du home seulement à la proximité, que la commune trouve son compte à travailler avec des commerçants proches, que seule la qualité compte à tel point que des habitants d'autres communes se déplacent…

Ce tableau permettrait de relativiser les critères les uns par rapport aux autres : qualité très sollicitée voudrait peut-être dire indispensable…
Les résultats de ce tableau pourraient conduire à relativiser les qualités nécessaires à l'existence d'une boulangerie et ceux pouvant soutenir le lien social.

7. Perception de la boulangerie selon l'âge/le rôle social des clients (matrice d'effets)

Extrapolation – matrice vide – données non récoltées.

Type clients	Qualité produits	Accueil	Proximité	Goût	Variétés	Contacts
Personnes âgées						
Mère famille						
Père						
Ado						
…						

Ce tableau complète la présentation du précédent en affinant les attentes et les sensibilités des clients en tenant compte de leurs âges et/ou de leur rôle social. Il facilite, comme l'autre tableau, la mise en évidence des priorités de chacun et « qui est le plus sensible à quoi », notamment à tout ce qui relève du lien social.

Globalement, il rend possible l'évaluation des qualités plébiscitées pour la boulangerie et leur mise en rapport les unes avec les autres.

8. Relevé du **type de relations avec la boulangère** au sein de la boulangerie selon la **catégorie sociale** (tableau concernant le type de lien social engendré au sein de la boulangerie, en relation avec l'hypothèse)

Extrapolation.

Auparavant, il faudrait ici définir « lien informel », « échanges informels », « discussions personnalisées ». Ce relevé peut-être établi à partir de l'observation directe des clients et de l'interview de la boulangère.

Type de lien	Neutre	Personnel	Convivial
Salutations	Personnes âgées	Enfants Mères	Habitués
Echanges	…		
Discussions			

Ce tableau éclaire sur le type de relation qui peut se créer dans la boulangerie.
On le met directement en relation avec le type de personne afin d'évaluer le degré de relation existant et les protagonistes.
Quel degré de lien cela permet-t-il ?
Quel type de lien pour quelles personnes ?

9. Relevé du **type de relations** avec la boulangère selon la **catégorie d'âge**

Extrapolation.
On pourrait encore affiner la relation entre le type de lien présent et l'âge des personnes.

Age	Echange informel	Echange d'informations	Discussions personnalisées
< 12 ans			M - F
12 - 18 ans		M - F	F
19 - 29 ans	M	M - F	F
30 - 60 ans	M - F	M - F	M - F
> 60 ans	M	M - F	F

M = Masculin
F = Féminin

10. Tableau de relevé du **type d'échange entre catégorie de personnes au sein de la boulangerie**

Ce tableau (extrapolé) peut-être mis en rapport avec le précédent pour comparer le type de lien que chacune de ces catégories d'âges utilise. Les catégories pourraient être complétées (pères avec enfants, enseignants, résidants du home, …). On aurait également pu croiser les données avec la variable sexe (H - F).

Catégorie de personnes	Personnes âgées	Mères avec enfant(s)	Ados
Personnes âgées	Discussions personnalisées	Discussions conviviales	Echange classique
Mères avec enfant(s)		Discussions personnalisées	Echange convivial
Ados			Echange informel

D. Conclusion

Bien que nous ne puissions effectuer une exploitation réelle des donnés récoltées et des matrices créées (les premières étant non représentatives pour l'étude de notre cas et les deuxièmes étant une extrapolation des possibilités par rapport à nos sources et à notre objectif), l'exercice nous a rendu proches et concrètes les méthodes et techniques de traitement des données.

Nous avons centré nos efforts sur l'exercice de l'exploitation et le traitement de données en essayant d'être le plus complet et imaginatif possible dans notre réflexion.
Nous pensons qu'en appliquant réellement la théorie, il serait possible d'obtenir quelques réponses à la question élaborée dans notre hypothèse mais surtout, qu'au fur et à mesure de notre exploration, il faudrait affiner et éclairer d'autres données.

Finalement, il apparaît en filigrane que la boulangerie serait non pas créatrice de lien social (ce que l'on ne pourrait pas déterminer avec les données récoltées et présentées), mais plutôt un lieu propice aux rencontres de proximité et de « visibilité » des habitants du quartier (on y associe des idées proches du concept de lien social que l'on ne prête pas à une grande surface par exemple). La boulangerie pourrait être considérée comme un élément de cohésion sociale parmi d'autres pour autant que les gens aient un minimum d'intérêt à se rendre dans ce lieu (qualité, service…). Le titre de créateur de lien social dépend d'autres critères non étudiés comme les initiatives des boulangers pour le quartier, la dynamique du quartier, le soutien communal…

On reste un peu sur sa faim donc, mais… en route pour la boulangerie !

E. Parties individuelles

Van Belleghem Martine.

Réflexions personnelles par rapport au travail.

Voici quelques remarques par rapport à la technique d'une étude de cas, véritable apprentissage théorique par le cours, et pratique par la confrontation à une situation réelle.

- Les premières difficultés sont apparues dans le travail d'observation effectué à titre d'exercice, notamment par la prise de conscience de la place de l'observateur qui demande un certain effacement en même temps qu'une attention et un intérêt constant, par la prise de note qui doit être précise, neutre et exhaustive pour pouvoir être exploitée au maximum.
- Une autre difficulté liée directement à l'étude de cas est le choix des techniques d'analyse par rapport au sujet. Ceci nécessite une connaissance et une maîtrise nécessaire à leur application. De manière positive et intelligente l'étude de cas permet d'évaluer le choix selon les besoins et les spécificités du sujet mais elle implique aussi une recherche appliquée et étendue des différentes méthodes d'analyse.
- Cette méthode très permissive et créatrice a comme balise incontournable l'hypothèse à laquelle il faut sans cesse se référer. Il faut donc savoir jongler entre la liberté du choix des méthodes qui peut conduire à de multiples découvertes intéressantes et leurs pertinences par rapport au but.
- A la difficulté de la connaissance et de la bonne utilisation des techniques s'ajoute la problématique de la bonne analyse du matériel : que permet-il de faire émerger ? Un exemple par rapport à l'exercice : il est apparu que nos sources d'informations ne permettaient pas de répondre à la question « est ce que la boulangerie est un lieu créateur de lien social ? », question trop ambitieuse et non pertinente par rapport au matériel récolté, mais seulement à la question « quel genre de lien se crée-t-il dans ce lieu ? ».
- L'étude de cas nécessite une évaluation régulière du matériel afin de pouvoir réorienter, modifier, affiner une question. Nous avons effectué notre analyse en fin de récoltes et avons pu constater qu'il nous manquait des acteurs (les gens du home tout proche), des données (politique sociale de la commune, interviews de l'association des commerçants…) nous aurions amélioré et modifié nos sources d'informations si nous avions du réellement effectué cette analyse de cas au fur et à mesure de nos découvertes. Il est donc pertinent de prendre le temps de faire ces évaluations de façon régulière et de ne pas attendre la fin de la récolte pour commencer l'analyse des données au risque de ne plus pouvoir retrouver les mêmes conditions.
- La représentation en figures, graphiques, le choix des matrices nous a démontré que cela permet de fixer les idées d'analyse et leur pertinence mais aussi l'importance des sources et de leur utilisation possible. Ces représentations demandent aussi un apprentissage et à ce stade nous ne sommes pas certains de les utiliser au mieux.

En conclusion, cet atelier m'a apporté une méthode et des outils pertinents, leurs multitudes et la possibilité d'en créer à l'infini selon les questions et les réponses est stimulante dans une recherche, mais est aussi inquiétante car elle dépend entièrement de la connaissance, de la compétence et de l'intelligence du chercheur…
En gardant à l'esprit l'importance d'une bonne hypothèse réalisable, la nécessité de beaucoup de réflexions en amont, pendant et après la récolte des données, il y a comme une hésitation entre l'ivresse des possibilités et l'angoisse de l'application juste!

Pochet Sara

Réflexions personnelles par rapport au travail.

A l'heure de clôturer l'exercice, un temps de réflexion et une prise de recul amènent finalement bien des questions, mais également un certain soulagement.

Soulagement de parvenir à un travail, certes incomplet, mais très éclairant, symbolisant l'aboutissement de bien des cogitations, bien des analyses qui ont pris forme et qui nous ont apporté des outils précieux pour le futur. Un long chemin parcouru que l'on avait pensé plus aisé au départ et un bagage acquis fort utile.

Bien des questions car sous sa forme frustrante de travail d'exploitation de données encore partielles, les résultats obtenus ne peuvent délivrer une fiabilité importante. En bref, il faudrait plus de temps, un questionnaire plus affiné, une méthodologie mieux maitrisée et tout recommencer à zéro pour récolter des données plus nombreuses et plus pertinentes au regard de l'hypothèse de départ. De la pratique et encore de la pratique.

Malgré tout, l'exercice a démontré ce qui lui était demandé : pour parvenir à des résultats de recherche solides et valables, il faut être correctement outillé, concevoir sérieusement l'objet de recherche et pousser la créativité (notamment pour la réalisation de matrices novatrices et adaptées).

Ce travail fut l'occasion d'entrer concrètement et directement avec un sujet de recherche. Car, depuis deux ans de lectures, de choix, de recherches de structure pour le mémoire de fin d'études, nous sommes enfin en prise avec une étude de cas.

Les débuts furent un peu stressants : interroger, questionner des inconnus, retranscrire, capter l'essentiel et le reste qui sera peut-être bien utile par la suite, débarquer dans un univers qui n'est pas le nôtre, sous couvert d'une recherche à réaliser… Le travail en équipe (sous-groupe) a fortement facilité la démarche et, in fine, on apprend beaucoup.

Afin de clarifier les avantages et inconvénients rencontrés durant tout le processus, depuis le premier cours jusqu'à la réalisation du travail, une petite mise en tableau s'impose naturellement :

Avantages	Inconvénients
Aspect concret de la méthode	Manque d'expertise
Travail en sous-groupe : facilitateur et enrichissant (échanges d'idées)	Cours en 2 journées : peu de temps pour approfondir la méthode
Présentation des travaux des autres sous-groupes : enrichissement	Sentiment d'un travail inachevé
Renforcement de la confiance pour la réalisation du mémoire : mieux outillé	Manque de temps pour les observations directes / enquêtes
Développement de l'attention du chercheur (vise à affiner et parfaire l'utilisation des méthodes apprises)	Stress d'interroger / déranger des inconnus
Activation de la créativité et des réflexions	Difficultés d'établir des matrice
Découverte d'un univers inconnu : travail d'une équipe de boulangers	Difficultés d'établir des résultats fiables
Mise en situation : obligation de prise de distance, d'adaptation, d'application des méthodes	Réaliser des matrices/tableaux en format informatique
Les petits pains au chocolat artisanaux	

Pour conclure, le cours de traitement des données récoltées par observation directe et en étude de cas s'avère bien utile pour la suite des travaux du mémoire et participe à la motivation et l'engouement nécessaire à leurs réalisations. Nous voici outillés : au travail !

Tabu Ina

Réflexions personnelles par rapport au travail.

A venir.

Annexe 1 – questionnaire

1. Combien de fois par semaine vous rendez-vous à la boulangerie ?

2. Pour quelle(s) raison(s) choisissez-vous de vous fournir à la boulangerie ?

3. Fréquentez-vous plus souvent la boulangerie depuis sa reprise par un nouveau gérant ? Quelles différences notez-vous ?

4. Que trouvez-vous de spécifique et d'avantageux à ce type de boulangerie par rapport aux grandes surfaces ?

5. Vous procurez-vous les mêmes produits dans un autre commerce pendant la semaine ?

6. Si oui, pour quelles raisons vous fournissez-vous dans un autre commerce (avantages et inconvénients) ?

7. Quel serait votre comportement d'achat de ces produits si la boulangerie disparaissait ?

8. Quel serait votre argument pour défendre le maintien de la boulangerie ?